

# dedica 4 / 2013

## Inhalt

- Themen:** Weihnachtspresents • Lukullisches • Tischkultur  
**Firmen:** Le Creuset • Weihnachtstaschen-shop.com • Tasty Present u.a.  
**Messen:** Paperworld • Viscom • Welcome Home



Stylische Werbeartikel  
mit einem großen Namen

# ZWILLING GESCHENKIDEEN

Produktneuheit: ZWILLING Beauty-Multitool



ZWILLING Geschenkk Ideen

# STYLISCHE WERBEARTIKEL MIT EINEM GROSSEN NAMEN

SOLINGEN – ZWILLING ist eine der ältesten Marken der Welt. Vor mehr als 280 Jahren lässt Peter Henckels die Marke als Handwerkszeichen in die Solinger Messermacherrolle eintragen. Das ist der Startschuss für eine bewegte wie erfolgreiche Firmen- und Markenhistorie. Heute ist ZWILLING immer noch genauso zeitgeistig und innovativ wie zu Beginn – und bietet der Werbeartikelbranche Lifestyleprodukte, die dank ihrer weltweit geschätzten Qualität eine überzeugende Wertigkeit transportieren.

ZWILLING Produkte werden seit Jahrzehnten als Werbeartikel eingesetzt. Ihre hohe Markenbekanntheit und weltbekannte Qualität machen sie zu idealen Botschaftern für werbende Unternehmen. „Wer ZWILLING Produkte verschenkt, drückt damit seine Wertschätzung aus und profitiert von der Tatsache, dass unsere Produkte zum größten Teil für den täglichen Gebrauch bestimmt sind. Der Empfänger wird somit jeden Tag aufs Neue an den Absender erinnert“, sagt Kester Bolz, der seit 2006 für den bundesweiten Werbeartikel-Vertrieb von ZWILLING verantwortlich ist. Von Bremen aus betreut die Kester Bolz Handelsvertretung das Werbemittel-B2B-Geschäft der Weltmarke. „Wir sind von der Ideenfindung und Konzeption über die Angebotserstellung bis hin zur Koordination komplexer Individualisierungen ein kompetenter Ansprechpartner, der in enger Abstimmung mit den jeweiligen Fachabteilungen im Werk alle Projekte gewissenhaft durchsteuert“, sagt Bolz.

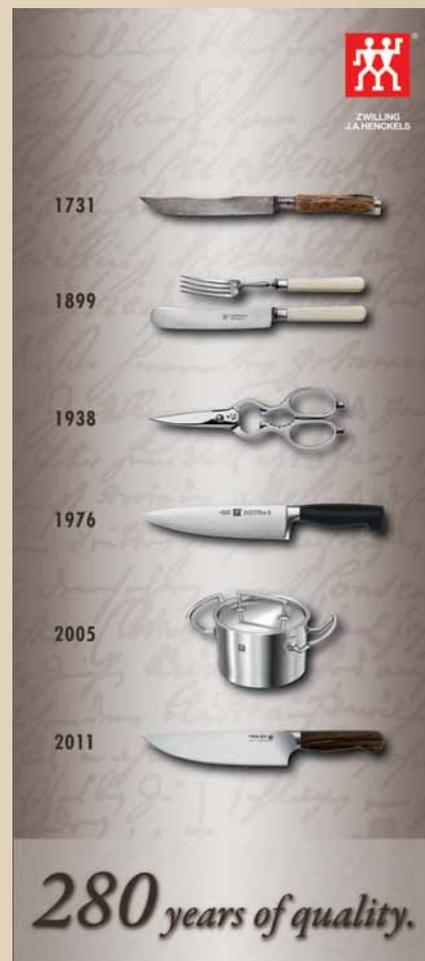
## Viele Einsatzmöglichkeiten

Waren es in der Vergangenheit vor allem die hochwertigen Weihnachtskampagnen, für die Kunden auf Kester Bolz zukamen, werden die Markenprodukte heute zu den unterschiedlichsten Anlässen als Werbeartikel gerne eingesetzt, schildert Bolz. „Ganz gleich ob als Messe-Give-away, zur Mitarbeitermotivation, für Prämienprogramme oder als Zugabe im Rahmen einer Onpack-Aktion, ZWILLING bietet zu allen Anlässen und in fast allen Preislagen interessante Produkte an, die den Anforderungen eines modernen Werbeartikels gerecht werden“, erklärt er selbstbewusst. Das große Produktsortiment gibt ihm Recht. Denn wenn Kester Bolz mit neuen Kunden spricht, stellt er eines vorweg klar: Das ZWILLING Produktsortiment reicht weit über die weltbekannten Messerserien hinaus. „ZWILLING ist bei den Menschen sehr stark als Messer-Marke verankert. Dabei ist ZWILLING so viel mehr. Wir decken die komplette Bandbreite an Produkten für

die moderne Küchen- und Tischkultur ab und bieten auch ein umfangreiches Portfolio im Bereich Beauty- und Körperpflegeprodukte“, sagt er und verweist auf das kleine Beauty-Multitool und die Wein-Accessoires-Serie ZWILLING Sommelier.



ZWILLING Prime – Bratpfanne mit keramischer Beschichtung



**Neuheiten und Highlights**

Diese Produkte sind brandneu im Werbeartikel-Sortiment des Unternehmens. ZWILLING erweitert Jahr für Jahr sein Portfolio – auch, um am neuen Lebensgefühl der Menschen anzuknüpfen. „Zu Recht wird von uns in jedem Jahr ein breites Angebot an Produktneuheiten erwartet, dem wir gerne gerecht werden. Es ist unser Anspruch, unsere Produkte permanent weiter zu entwickeln und zu verbessern sowie innovative Designs zu entwerfen oder neue Materialkombinationen zu verwenden“, sagt Bolz. Nach wie vor sind es trotzdem die Messer, die häufig in den unterschiedlichsten Ausführungen und Qualitäten als Werbeartikel angefragt werden. „Aber auch die Manicure-Etuis erfreuen sich einer extrem großen Nachfrage, da sie wirklich persönliche Präsente sind“, betont er und schildert, dass im Streuartikelbereich gerne Besteck-Einzelartikel zum Einsatz kommen. „Diese sind vom Design her relativ neutral und können so eigenständig verwendet werden. Ein Beispiel ist ein schönes Salatbesteck.“



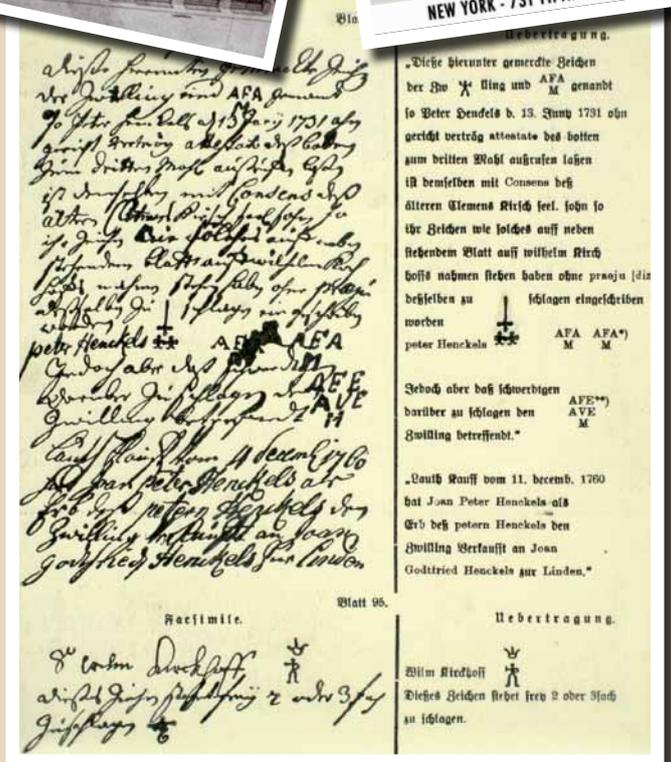
Ob das schicke Toilet Bag (oben) für unterwegs oder das Sommelierset für den geeigneten Abend zu Hause - ZWILLING hat für jeden Anlass das richtige Werkzeug.



Nicht nur Messer gehören zum Sortiment: ZWILLING führt beispielsweise auch hochwertige Wein-Accessoires.



Wein-Accessoires aus der Serie ZWILLING Sommelier



Messermacherrolle mit Logo-Eintrag aus dem Jahre 1731

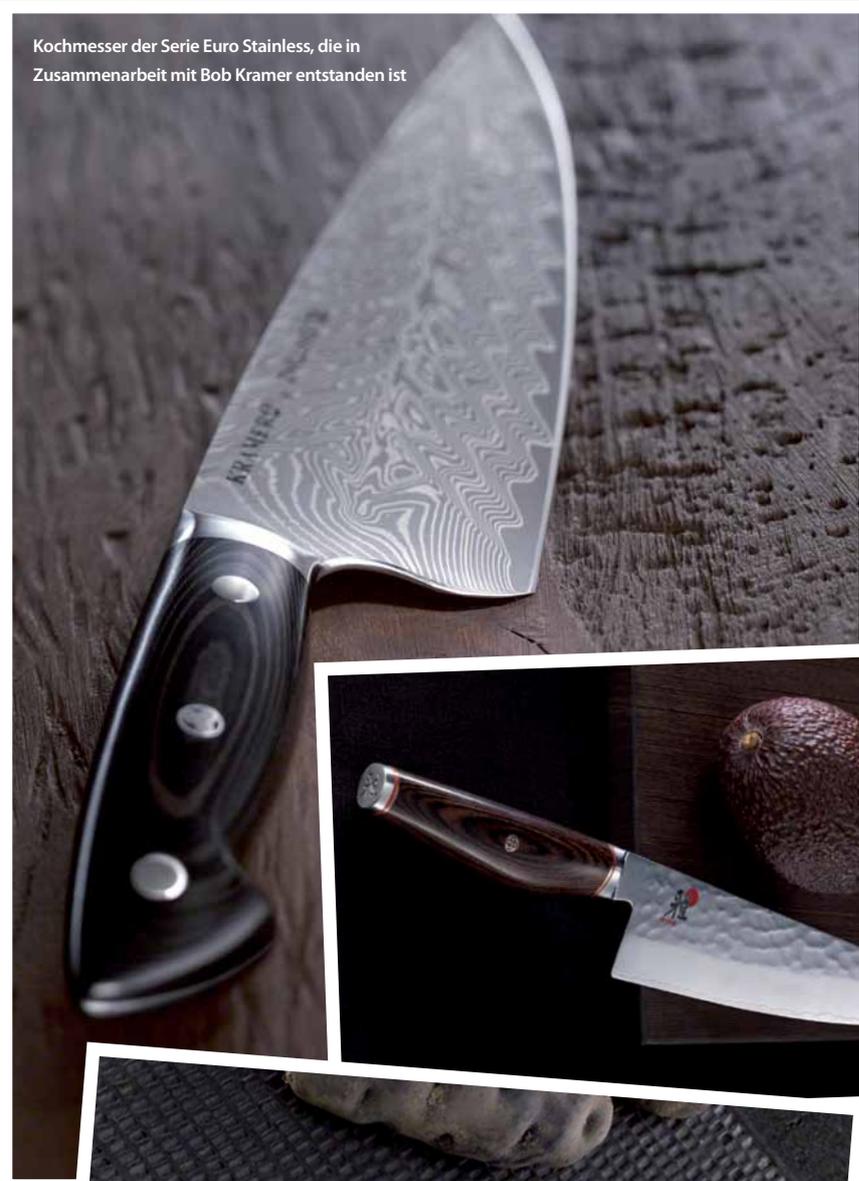
### Professionelle Individualisierung

Von der Veredelung bestehender Produkte über die Gestaltung von Sonderverpackungen oder spezieller Geschenksets bis hin zur Entwicklung kundenbezogener, individueller Produkte macht ZWILLING alles möglich. „Aufgrund unseres wirklich sehr großen Produktportfolios in den Bereichen Küche, also Messer, Scheren, Gadgets und Kochgeschirr in unterschiedlichsten Materialien, Beauty mit Manicure- und Körperpflegeprodukten und dem Produktsortiment Bestecke, müssen wir auch bei der Veredelung breit aufgestellt sein“, sagt Bolz. ZWILLING realisiert deshalb alle gängigen Individualisierungstechnologien, die sich für die angebotenen Produkte eignen: z.B. Prägungen, Laserungen, Ätzungen und Farbdrucke. „Bei Manicure-Etuis wird besonders häufig eine Blindprägung eingesetzt, mit der das Kundenlogo dauerhaft in das Leder geprägt wird. Die Individualisierungen werden entweder direkt in unseren Produktionsbetrieben vorgenommen oder von Vertragspartnern in Deutschland ausgeführt, mit denen wir zum Teil schon seit Jahrzehnten zusammenarbeiten“, erklärt Bolz und ergänzt: „Während Veredelungen von Produkten quasi schon in sehr geringen Auflagen vorgenommen werden können, ist die Entwicklung individueller Produkte natürlich immer mengenabhängig zu sehen, da hier in der Regel auch neue Werkzeuge erstellt werden müssen, die sich erst bei Abnahme größerer Mengen rentieren.“

### Marke mit langer Tradition

Das breite Markenspektrum unter dem Dach der ZWILLING J.A. HENCKELS AG spiegelt die große Produkt- und Angebotsvielfalt wider. Neben ZWILLING umfasst es die Marken J.A. HENCKELS INTERNATIONAL, BSF (Bestecke), Tweezerman und alessandro (Beauty Produkte), Tondeo und Jaguar Stahlwaren (beide Friseurbedarf), MIYABI (japanische Messer) sowie die beiden Premium-Kochgeschirrmarken Staub aus Frankreich und Demeyere aus Belgien. „Jeder Kunde findet die beste Lösung für seinen individuellen Bedarf“, sagt Bolz. Bei ZWILLING hat die Kundenorientierung lange Tradition. Ein Blick zurück: 1731 lässt Peter Henckels den heute weltbekannten ZWILLING als Handwerkszeichen in die Solinger Messermacherrolle eintragen. 40 Jahre später wird Johann Abraham Henckels geboren, der dem Unternehmen den bis heute gültigen Namen gibt. Bereits 1818 wird in Berlin eine Niederlassung eröffnet, um näher bei den

Kochmesser der Serie Euro Stainless, die in Zusammenarbeit mit Bob Kramer entstanden ist



Authentische, japanische Kochmesser der Marke MIYABI



#### ZWILLING Werbartikel im Einsatz:

Messerset in individueller Geschenkverpackung für die Weihnachtsaktion von Feldbinder Spezialfahrzeuge

Beispiellöffel aus einer sechsteiligen Sammeledition von Emmi Deutschland



wichtigsten Kunden und potenziellen Käufern zu sein. Mit ersten Auszeichnungen auf den Weltausstellungen in London 1851 und Paris 1855 beginnt die konsequente Internationalisierung des Unternehmens. ZWILLING wird auch im Ausland schnell zum Inbegriff von Qualität – eine solide Basis für die planmäßige Expansion der Marke in weitere strategisch wichtige Kernmärkte. 1883 eröffnen Graef & Schmidt die erste ZWILLING Filiale in New York; weitere folgen 1884 in Wien sowie 1897 in Kopenhagen und Rotterdam.

1909 wird die erste Tochtergesellschaft in den USA gegründet. Bis Mitte der 30er Jahre des vergangenen Jahrhunderts wird der grenzüberschreitende Erfolg von ZWILLING mit weiteren Filialen und Niederlassungen im Ausland vorangetrieben. Nach der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft im Jahr 1953 belegen zahlreiche neue Tochtergesellschaften, Beteiligungen und strategische Partnerschaften in vielen relevanten Märkten die hohe Wettbewerbsfähigkeit – und das große internationale Engagement von ZWILLING. Für Verbraucher bietet ZWILLING heute ein globales Netzwerk von Filialen, Concept Stores und Verkaufsstellen in über 100 Ländern. Darüber hinaus sichern Vertriebsgesellschaften und Joint Ventures unter anderem in Skandinavien, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Frankreich, der Schweiz, Italien, Spanien, Kanada, den USA, Brasilien, Russland, China, Taiwan und Japan wirtschaftlichen Erfolg und globale Konkurrenzfähigkeit der Marke.

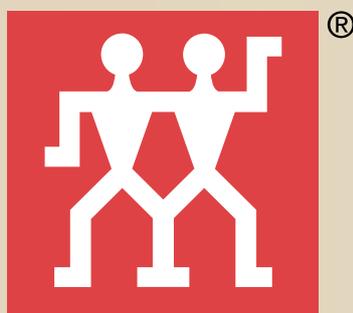
#### Unternehmen mit sozialer Verantwortung

An den Standorten der internationalen Vertriebsgesellschaften unterstützt die ZWILLING Gruppe auch Projekte zur Bildung, Ausbildung und Integration von Kindern, Jugendlichen und erwachsenen Menschen mit Behinderung. Im südindischen Pondicherry hat ZWILLING beispielsweise eine außergewöhnliche Behinderteninitiative gestartet. Hier wird jungen Indern mit Behinderungen dabei geholfen, einen Beruf zu erlernen und ein eigenständiges Leben zu führen. Das ist keine Selbstverständlichkeit in einem Land, in dem Menschen mit Behinderung nicht immer die Chancen erhalten, die sie verdienen. Im dortigen Ausbildungszentrum erlernen sie das Textil-

handwerk. So entstehen dort diverse Textilien und Lederwaren für die ZWILLING Gruppe.

Auch in der Werbartikelbranche hat sich die Marke mit Engagement und Qualität einen Namen gemacht. „ZWILLING arbeitet eng mit dem Werbemittel-Fachhandel zusammen und wird den Bereich in den kommenden Jahren weiter konsequent vorantreiben“, verspricht Bolz. Werbungstreibende, Kunden und Handel profitieren dabei von einer weltbekannten Marke, die genau die Eigenschaften transportiert, die einen guten Werbemittel auszeichnen: Qualität, Innovation, Funktion und guter Geschmack.

[www.zwilling.com](http://www.zwilling.com)



**ZWILLING  
J.A.HENCKELS**

#### Ihr Kontakt:

**Kester Bolz Handelsvertretung**  
Buntentorsteinweg 169  
28201 Bremen  
Tel : 0421 / 52 51 780  
Fax : 0421 / 52 51 793  
E-Mail: [KesterBolz@aol.com](mailto:KesterBolz@aol.com)